

Televisione. Sequestro e dissequestro della storia*

Mihaela Gavrilă^{**}

Sapienza Università di Roma

Born together with the history it narrates, television takes over the role of power supply and archive of national and individual memory. At the same time, Tv is expression and manifestation of our memories and fundamental component of identity, like no medium has done. All this allows to affirm that current affairs are turning into our history as a result of speed of TV. The accompanying path between the social history of the country and television storytelling are the focus of this article. After a review of the possible contamination between history and television, this essay focuses on the narrative function of TV and the high incidence of this medium on the visibility or cancellation of events, social facts and characters. To demonstrate the responsibility of TV over the historicizing process and the impact on collective memory, in the second part of this essay we have been brought into focus some historical facts emphasized or "obscured" behind the apparent transparency of this medium.

Keywords: storytelling, memoria, immaginario, audiovisivo, responsabilità sociale

Nell'economia di questa issue speciale della rivista *Mediascapes*, la televisione si pone come il mezzo che più è riuscito a intrecciare la propria storia, nel bene e nel male, con il destino dell'Italia e degli italiani. Non è casuale, pertanto, l'interesse per questo fortunato media da parte di ricercatori riconducibili a discipline tra le più variegata: da studiosi di comunicazione, a sociologi, economisti, antropologi, letterati, storici, politologi, etc. Da qualsiasi prospettiva venga affrontata l'analisi, televisione e storia si pongono come un binomio stabile, in grado di fornire indizi sui sentieri della memoria dell'ultimo secolo Italiano, fonte di identità individuale e collettiva, piattaforma per rintracciare e interpretare i fatti sociali e le loro conseguenze a medio-lungo termine, grandangolo per immortalare gli italiani nella foto di gruppo con i comportamenti culturali e comunicativi. A differenza delle altre piattaforme comunicative, la tv ha dalla parte sua i numeri, che spesso arrivano a toccare quasi la totalità della popolazione italiana (Censis, 2016). Tanto da permettere una periodizzazione delle fasi evolutive di tutte le industrie culturali in funzione delle sue mutazioni, dalla cosiddetta "monocultura televisiva" (Morcellini, 2000, 2005), fino al più attuale gioco di specchi e amplificazione della propria voce attraverso Internet e i social media.

* Articolo proposto il 15/02/2017. Articolo accettato il 15/05/2017

** mihaela.gavrila@uniroma1.it

Una veloce rassegna delle prospettive interpretative tra le quali siamo costretti a scegliere per ritagliarci bruscamente un percorso, restituisce già abbondantemente la complessità che abbiamo di fronte. E la storia, quella narrata, quella cancellata o quella identificata con il mezzo televisivo diventa chiave di volta per ogni singola dimensione.

1. Una prima funzione che la televisione si è rivendicata sin dalla sua nascita è stata quella di fare da *cantastorie della modernità*, rispondendo così a un bisogno profondo e radicato nell'uomo: la vitale necessità di mettersi in relazione con i propri simili per dare voce alla propria esperienza, per comprendere e farsi comprendere attraverso l'utilizzo di linguaggi e forme espressive in grado di commuovere (Barzini, 1954) o alleggerire (Colombo, 2012).
2. Nel compimento della prima funzione, si sta espletando una seconda dimensione caratterizzante per il mezzo televisivo: nonostante il suo forte ancoramento nel presente, *la tv fa del passato elemento identitario e contenuto pregiato*. Non è un caso, dunque, la forte disseminazione di programmi riconducibili alla storia nei palinsesti di tutte le reti e persino la moltiplicazione delle reti che fanno della storia sociale, culturale, del costume, della scienza etc. proprio *core business*¹.
3. La terza prospettiva interessante, per chi si avvicina allo studio della tv usando la lente d'ingrandimento della storia, restituisce un'ulteriore rilevante funzione a questo mezzo: quella di *grande serbatoio della memoria nazionale e fonte*, in alcuni casi quasi unica, per ricostruire, interpretare, inserire in frame più ampi eventi, fenomeni di costume, politica, problemi economici, sociali e culturali; reazioni a eventi nazionali e globali.
4. La tv come macchina del presente. Tuttavia, oltre alla sua funzione di "repertorio" e rassegna della storia nazionale, la tv viene spesso accusata di essere responsabile di un disancoramento delle persone e delle nazioni dal passato e dall'idea di futuro, avendo contribuito a relegare le esistenze in un eterno presente.
5. Televisione e la storia celata. A questa forza di cancellazione della storia a favore di una presentificazione continua delle esperienze individuali e collettive si potrebbe aggiungere un'ulteriore responsabilità sociale del mezzo: la gestione della visibilità (e dell'invisibilità) di fatti, eventi e personaggi, che inevitabilmente avrà delle conseguenze sulla coltivazione della cosiddetta opinione pubblica (Lippmann 1922, Habermas 1962).

Da questa mappa delle possibili declinazioni dell'intreccio indissolubile tra storia e televisione verranno selezionati ai fini di quest'articolo i punti estremi: *la tv come cantastorie e macchina narrativa* e l'incidenza sulla visibilità o l'annullamento di un personaggio/evento/fatto sociale.

La televisione come macchina narrativa: serbatoio di memoria e presentificazione della storia

A partire da questo scenario, vale la pena valutare potenzialità e criticità che la tv italiana ha offerto in relazione all'uso pubblico della storia, fruttuosamente problematizzato da Habermas in altri ambiti (1987). Tuttavia, la televisione va oltre la distinzione dello studioso tedesco tra lo storico che parla in prima persona, attraverso i media, con dichiarato intento politico-pedagogico e lo storico-scienziato che parla in terza persona, prendendo le distanze dall'oggetto d'indagine. Nella comunicazione televisiva, gli stessi operatori dei media si sostituiscono più o meno consapevolmente allo storico, utilizzando il dibattito in un contesto "che coinvolge direttamente memoria, identità individuali e collettive, giudizi politici sul presente e sul futuro" (De Luna, 2001). Le letture, dunque, non possono prescindere dalle specificità della narrazione tv: da una parte mezzo di condivisione e disseminazione della tradizione, delle radici e della proiezione nel futuro di una nazione, dall'altra, parte integrante della tradizione (Anania, 2003). Come se messaggio, forma espressiva e modalità trasmissive si confondessero in un solo 'impasto' simbolico, che fa della tv una delle più rappresentative tradizioni inventate del Novecento. Non a caso, le quattro condizioni che Thompson considera fondamentali affinché una realtà si caratterizzi come parte della tradizione si declinano perfettamente sul mezzo televisivo (Thompson, 1995). Strumento per conoscere e interpretare la realtà ('l'aspetto ermeneutico') e mezzo che incorpora modelli d'azione che tendono a diventare guida normativa per le azioni delle persone (comportamenti quotidiani che imitano la *mise en scène* televisiva), la televisione legittima o delegittima, fa da sostegno del potere e dell'autorità; la tv, come alcune tradizioni, diventa ideologica, viene utilizzata per stabilire o rafforzare relazioni di potere, facendo sì che continuo, sempre più spesso, non i contenuti ma la presenza e il tempo di parola, che diventano ingredienti fondamentali della persistenza nell'immaginario. Infine, macchina narrativa e serbatoio della memoria, la tv contribuisce alla formazione del senso del sé e del noi, facendo da potente megafono del passato e del presente e dando a lungo importanti contributi nella costruzione di progetti identitari.

In quest'analisi della funzione di storytelling della tv si fa strada "la consapevolezza che le cose non si rendono visibili da sole: c'è qualcosa che consente di afferrarle, di trasformarle in realtà percepita; un dispositivo che permette la visione, ma che funziona anche inevitabilmente da filtro rispetto alla realtà [...]. Tra un soggetto e la realtà si frappone l'insieme dei rapporti sociali e produttivi; questi determinano la «visione» che il primo ha della seconda. Dunque lo sguardo si «incarna» o si «situa»: in ogni caso, esso non è più un tramite neutro tra due poli fissi; è piuttosto il frutto di un'elaborazione, e quindi il segno di un incontro tra due realtà che si condizionano reciprocamente." (Casetti, 2005, pp. 30-31).

È implicita a quest'interpretazione di Casetti, l'esigenza e la vocazione dei media audiovisivi di inserire gli elementi riconoscibili della tradizione in frame interpretativi attualizzati. Si va, dunque, ben al di là della semplice trasmissione di informazioni,

approdando sul territorio di responsabilità della sedimentazione e dell'adattamento del patrimonio tradizionale alle esigenze concrete della vita quotidiana, contribuendo ad alimentare memorie nazionali e individuali.

Pazzo è colui cui sono stati tranciati i fili della memoria. Senza ricordi la persona non riesce a costituirsi il proprio Sé. Senza memoria, e quindi senza ricordi, non è possibile costruire l'identità, ossia la personalità della persona (Ferrarotti, 2003, p. 40).

Così Ferrarotti sottolinea l'importanza della memoria individuale per l'articolazione dell'identità e la stessa forte asserzione si potrebbe porre anche come piattaforma a sostegno della grande responsabilità affidata ai media e alla tv in particolare, a partire dalla seconda metà del Ventesimo Secolo. Nel continuum passato-presente-futuro, la tv s'insedia diventando oggetto e soggetto, visione e visuale sulla storia sociale e culturale del Paese. I vecchi cantastorie della memoria, personaggi al servizio dei nostri ricordi, delle nostre tradizioni, della nostra Storia sono stati inibiti dalla grande potenza di commozione dell'immagine accompagnata alla parola e al suono.

Poi è arrivata la televisione, ed è stata la fine dei cantastorie. Come sopravvivere, infatti, quando a raccontare c'era ormai qualcuno che lo poteva fare ogni giorno, da tutte le parti del mondo? Sono cambiate la magia e l'avventura, si sono diradate le nebbie e ridotte le distanze: tutto è diventato più preciso, più nitido, più documentato. Meno fascino e più informazione. Anche questo è progresso. (Celli, 2000, p. 8)

Nella società contemporanea, dunque, i media, ma soprattutto la televisione, sono diventati tra i maggiori depositari dell'arte sacra della narrazione delle nostre storie. La tv in particolare è stata abile a conquistarsi un ruolo nelle famiglie italiane, molto diverso da qualsiasi altro mezzo di comunicazione precedente.

Rivoluzione in famiglia! L'Arrosto brucia, i bambini dimenticano i compiti, il papà la pipa e l'appuntamento al caffè. Dopo due anni di fase sperimentale, cominciano in Italia le trasmissioni regolari della televisione da Milano, Torino e Roma con un programma per ora unico.

Recitava così la didascalia di commento alla copertina illustrata da Walter Molino del primo numero della *Domenica del Corriere* del 1954 ed è implicita a queste righe la dimensione di preoccupazione per la potenza della tv, così ingombrante e minacciosa, potenzialmente eversiva di rigidi equilibri familiari (Gozzini, 2011, p. 4). In effetti, la televisione ha piano piano conquistato sempre nuovi ruoli e funzioni, avanzando anche fisicamente nelle nostre vite. Dal salone, si è spostata in cucina e perfino in camera da letto e man mano che ha invaso la società, è successo qualcosa di straordinario: il territorio fisico si è trasferito in quello mediale, la televisione è divenuta rappresentazione e simulacro del mondo, di quello reale e ancor più di quello immaginario, con tutto quello che ne consegue.

Infatti, le reazioni di preoccupazione, persino su toni catastrofici, non sono ritardate a manifestarsi. Mentre molti intellettuali si lamentavano negli Anni 50 dei possibili effetti manipolatori sulle coscienze (Monelli, 1953), Luigi Barzini, sulle pagine dello stesso

quotidiano (La Stampa) si pone il problema “delle responsabilità di che avesse dovuto dirigere una simile spaventosa macchina. [...] La capacità di istruire e commuovere con l'immagine unita alla parola e al suono è enorme. La possibilità di fare del bene o del male altrettanto vaste. L'Italia sarà, in un certo senso, ridotta ad un paese solo, una immensa piazza, il foro, dove saremo tutti e ci guarderemo tutti in faccia. Praticamente la vita culturale sarà nelle mani di pochi uomini.” (Barzini, 1954)

La televisione, dunque, sfruttando l'insieme delle sue potenzialità e specificità tecniche, contenutistiche e sociali è diventata agente di storia - narratore ufficiale della società contemporanea - e di creazione della memoria collettiva e sociale. Ovvero all'interno del mezzo televisivo, risiede uno straordinario patrimonio narrativo, risorse testuali e possibilità sempre nuove di racconti e cronache, che la televisione ha scoperto, “confezionato” e mandato in onda. Tutte queste dimensioni si concretizzano nelle narrazioni che compongono la Storia, quelle più grande, che riguarda il nostro gruppo, il Paese, la comunità, la storia di tanti piccoli e grandi eroi, di misteri, di guerre, di vittorie e di sconfitte, di grandi personaggi, di nobili dai sapori antichi, di piccoli grandi uomini che magari nel corso della loro vita sono riusciti a lasciare il segno, storie di grandi eventi naturali o di grandi scoperte scientifiche, storie di cronaca nera, a volte di quella rosa, storie di sport o spettacolo, storie di donne e di uomini, storie dell'Italia, dell'Europa, del mondo, che ci appartengono in quanto abitanti di questi tempi. Si ha bisogno, dunque, di storia per contrastare un oblio poco consapevole, ma anche per riuscire a fare previsione e a avviare alla cosiddetta “fine della storia”, condanna dell'umanità secondo Fukuyama (1992). Dopo il 1990, infatti, l'intera umanità è stata chiamata in causa a partecipare alla gestione del più grande dei rischi: la sua storia, quale “condanna” e fonte di divenire e di salvezza nello stesso tempo (Beck, 2007). Preservare la memoria e studiare la concatenazione degli eventi aiuta a restituire agli individui, alle nazioni, all'umanità una proiezione nel “futuro come fatto culturale” con tutte le sue dimensioni immaginative, previsionali ed aspirazionali (Appadurai, 2013). Ma il grande rischio al quale ci sta esponendo l'archiviazione della realtà affidata quasi esclusivamente ai media audiovisivi è quello della smagnetizzazione e di continua delega delle memorie individuali all'eterno presente mediatico, indebolendo il continuum tra i fatti sociali ed esperienze individuali.

...l'assoluta vastità delle immagini storiche trasmesse al giorno d'oggi dai media rende più debole il legame fra la memoria pubblica e l'esperienza personale. Il passato rischia di diventare una collezione di immagini che si dilata freneticamente, recuperabile con facilità, ma isolata dalla nostra dimensione temporale e spaziale, sempre a disposizione dell'eterno presente grazie a un tasto del telecomando (Kaes, in Fanchi, 2002, p. 31)

La simultaneità e l'istantaneità delle immagini trasmesse espone al rischio di scarsa distinzione tra l'evento e la narrazione dell'evento, confusi all'interno di un flusso indefinito di informazioni che continuamente “martellano” le nostre quotidianità. La televisione si trasforma, così, da grande “album” collettivo in uno degli strumenti del processo d'alienazione della memoria e del nostro passato: con la sua enfasi sulla presentificazione continua del proprio discorso, le sue notizie sempre in tempo reale e in formato “flash”,

contribuisce a questo processo facendo vivere sempre a “caldo” e al tempo presente il susseguirsi degli eventi e degli episodi di cambiamento del mondo permanente. Nel mondo nuovo di opportunità fugaci e di fragili sicurezze, le identità vecchio stile, non negoziabili, sono semplicemente inadatte. Osserva, acutamente Bauman:

...se “il medium che era il messaggio” della modernità era la carta fotografica (pensiamo agli album di fotografia che si ingrossano implacabilmente, documentando pagina dopo pagina ingiallita il lento aumentare di eventi che portano all’identità, eventi irreversibili e non cancellabili), in ultima analisi il medium della postmodernità è il videotape (cancellabile e riutilizzabile, pensato per non trattenere le cose per sempre, che fa spazio agli avvenimenti di oggi unicamente a condizione che quelli di ieri siano cancellati, trasudando il messaggio dell’universale “fino a maggiore chiarezza” di ogni cosa valutata degna di essere registrata). (1999, p. 33)

Seppur lontani dall’esaurire concettualmente tutti gli argomenti che ruotano intorno alla funzione “memoriale” e di “ricapitolazione” della storia svolta dalla televisione, s’impone per motivi di economia di questo contributo uno spostamento di focus verso la capacità della tv di sequestrare o mettere in evidenza, dissequestrare, fatti, eventi e personaggi che poi entreranno o meno a far parte della grande storia nazionale o globale. Pensiamo, ad esempio, ai recenti fenomeni del terrorismo, che vedono un occidente vulnerabile e sovraesposto, soprattutto sul versante mediatico. Di tutto questo, grazie alle narrazioni televisive e multiplatforma rimarrà di certo traccia, come abbiamo conservato traccia dell’11 settembre americano e mondiale, del crollo del Muro di Berlino e dell’uccisione quasi in diretta tv di alcuni leader del cosiddetto Blocco comunista. Ma abbiamo molto meno chiari tanti fatti, tante guerre e tanti attacchi terroristici che hanno visto coinvolti paesi e realtà rilevanti nella loro irrilevanza mediatica e televisiva.

L’informazione televisiva come fonte fedele o infedele della storia italiana

Una parte del racconto e della fissazione della storia è passata - in Italia più che negli altri paesi europei - per la narrazione televisiva affidata a lungo alla Rai. A partire dal 1954, la tv diventa il principale cantastorie del Paese, ponendosi come fonte e contenuto che detta l’agenda degli altri media e come macchina del presente, in grado di raccontare una società in un certo momento della storia. Per la televisione passerà più di mezzo secolo di storia sociale dell’Italia, la gestione della visibilità pubblica di fatti, eventi e personaggi.

Ma all’interno dei generi della tv, come principale “fotografo dell’istante” si è accreditata l’informazione televisiva: dai telegiornali alla cronaca, all’inchiesta e al talk show. Anzitutto, l’informazione si propone di rappresentare quello che accade al di fuori dell’universo della televisione attraverso criteri di rilevanza e di proporzione. Un lavoro molto simile a quello di selezione dei fatti, partendo da fonti varie, che svolge per conto suo lo storico. Dalla programmazione informativa, a differenza della fiction e dei programmi d’intrattenimento, i telespettatori si aspettano di sentirsi raccontare la verità e, pertanto, alzano le difese e

attuano strategie interpretative spesso basate su cornici ideologiche precostituite (Eco e Wolf, 1981). In questo senso - come dimostrano gli studi di economia politica, una certa sociologia dei media e gli studi liberal pluralistici - le industrie culturali soddisfano i bisogni dei cittadini in fatto di risorse d'informazione necessarie per contrastare l'ingiustizia e l'abuso di potere. Ma tali studi pongono l'accento prevalentemente sul contenuto informativo a scapito della forma, mostrando la tendenza a valutare i contenuti cognitivi e i modi di pensiero razionali più di quelli estetici, emotivi e affettivi (Hesmondhalgh, 2007; Lane, 2003; McGuigan, 1998; Reynolds, 2005), che invece si dimostreranno fondamentali nella selezione dei fatti e nella loro contestualizzazione in frame socio-culturali e, dunque, nella storia del paese.

Osservando retrospettivamente l'evoluzione dell'informazione si può con qualche enfasi affermare che l'interlocutore idealtipico del giornalismo sia "la gente", l'opinione pubblica. Non diversamente da quanto è avvenuto in alcune testate "d'opinione" della carta stampata (quotidiana e periodica), il giornalista si sente relativamente autonomo rispetto al sistema e alle ideologie politiche, e conduce la sua "corsa" quasi in concorrenza con i politici. Il trend storico attesta che nell'universo dell'informazione tv si è respirata fino agli Anni Novanta un'aria di più autentica modernità comunicativa, che ha portato con sé minori riverenze, maggiore aggressività e spontaneità e, probabilmente, anche un più debole controllo produttivo (si vedano, ad esempio, i vari casi di giornalisti critici o comunque irriverenti rispetto alle regole e al sistema come Enzo Biagi, Andrea Barbato, Giovanni Minoli, Michele Santoro, Gad Lerner etc). Tuttavia, rispetto ai modelli professionali che ci ha consegnato la letteratura sociologica sul giornalismo (soprattutto nordamericana), il nostro angolo visuale permette di delineare, anche nel giornalismo televisivo Rai, un declino progressivo della filosofia dell'obiettività - il "grado zero" della tipologia elaborata da L. Martin (Grossi, Mancini e Mazzoleni, 1985, p. 152-154; Martin, 1981) - e una crescente adesione ai modelli più "partecipati" e "di parte" di giornalismo. Il giornalismo italiano, a partire dagli Anni Ottanta in particolare, si autoinveste di un ruolo di interpretazione dei fenomeni complessi a nome del pubblico. I giornalisti stessi s'impongono nella società esercitando una funzione di supplenza rispetto a una classe intellettuale e politica sempre più in difficoltà di fronte al potere pubblico degli schermi televisivi. Gli intellettuali italiani e gli esperti tendono ad abdicare a un ruolo pubblico nel quale fanno sempre più fatica a riconoscersi, i politici, invece, si preoccupano di più dell'interiorizzazione delle strategie televisive che della reale capacità di immaginare e difendere il futuro del Paese. Da questo momento in poi il giornalismo, in particolare quello televisivo, si è autoattribuito un profilo di controllo critico delle Istituzioni e della politica, in un diverso esercizio della sorveglianza e della denuncia sociale (Marletti, 1982)

Sembra di poter dire che la prospettiva di crescita complessiva dell'informazione in Italia - a dispetto di tante polemiche ed anche di un reclutamento ancora non esente da pratiche clientelari e lottizzatici - si avvia a valorizzare sempre più *la dimensione del media-power*, soprattutto nel senso di una sempre più precisa consapevolezza da parte del giornalismo, di *rappresentare un potere diverso, autonomo e specifico rispetto agli altri, e a volte contro gli altri poteri*. Il giornalista "sente" più distintamente la sua rilevanza politica e la sua responsabilità sociale, ma soprattutto avverte, nel suo lavoro e nel suo

ruolo sociale di interazione, il precisarsi di un *potere di mediazione: tra la selezione dei problemi collettivi e la dimensione degli affari pubblici da un lato, e la sfera della decisione del potere dall'altro*. Non è un caso che nella sociologia dell'informazione il termine oggi più corrente non sia certo manipolazione ma *tematizzazione*, la propensione del giornalismo a cogliere i problemi, lanciarli al pubblico in un'agenda d'importanza graduata e, per questa via, incidere sulla consapevolezza critica del pubblico e sulla costruzione sociale di *un'immagine del presente, che risulta quasi una storiografia continuamente aggiornata e alimentata dall'istante* (Cohen, 1963, p.13; McCombs & Shaw, 1972 e 1993, Morcellini, 2011). L'emittente si definisce così nel compito di *costruire la realtà significativa ed intersoggettiva*, perché i fatti sociali esistono ormai "nella misura in cui i media li trattano", ed è dunque l'informazione "il luogo in cui le società industriali producono la nostra realtà" (Veron, 1981).

Infatti, a partire dagli Anni Novanta, i palinsesti informativi italiani faranno i conti con la personalizzazione della politica e, in particolare, con la figura di Silvio Berlusconi, il 'cittadino televisivo' per eccellenza, che ha fortemente inciso sulla storia della programmazione Rai e soprattutto sulla storia sociale, politica e economica dell'Italia. Entro questa cornice interpretativa, alla quale si aggiungono le caratteristiche del "caso italiano" si possono leggere molti degli episodi che fanno ormai parte dell'immaginario: a partire dal Sessantotto italiano, per arrivare alla politica, così come restituita dai salotti televisivi.

La storia celata. Vespa, casalinga di Voghera e politica in tv

Già nel periodo della cosiddetta "Epoca Bernabei", l'unico periodo di stabilità gestionale del Servizio Pubblico, con la direzione generale di Ettore Bernabei, democristiano lungimirante di grande sensibilità culturale, che ha guidato la Rai dal 1961 al 1974, influenzando drasticamente il corso della televisione e non di meno quello della storia italiana (Grasso, 1992 e 2000; Ferretti, Broccoli e Scaramucci, 1997), la nel meccanismo della tv si giocava la "prospettiva" sociale e culturale del Paese, tanto da far sì che della selezione e interpretazione delle storie si facessero carico persino i manager più rilevanti della televisione. Dello specifico interesse che Ettore Bernabei accordava all'informazione televisiva parla Andrea Barbato², che si rivolge a Bernabei nel 1991, attraverso una sua "Cartolina" televisiva³, sottolineando proprio quest'attenzione alla "selezione" delle storie che poi faranno la Storia:

Tutti noi sappiamo che invece, malgrado i suoi molti difetti, la tv è stata un elemento di unificazione nazionale, uno dei pochi. Poi, caro Bernabei, c'erano i notiziari, il suo vero chiodo fisso: e lei era molto attento a farli rassicuranti, consolatori. A non parlare troppo di scioperi, di divorzi, di dissensi. C'era una attenzione minuziosa, una fatica personale, in questo. Ma insieme, poiché non si poteva nascondere la complessità del mondo (basta pensare al '68) lei aveva inventato zone della programmazione televisiva dove almeno una parte delle ombre e dei misteri italiani venivano raccontati.... (Barbato, in V. Di Dario 1992, p.149-150).

Ma il materiale più efficace per illustrare il ruolo egemonico dei discorsi televisivi nella scrittura della storia sociale e culturale del Paese lo forniscono alcuni episodi che passano per “Porta a Porta”, uno dei salotti più importanti della televisione italiana, per andare a cristallizzarsi nell’immaginario collettivo.

Sono dunque i discorsi sociali, che si depositano nei media e sono da essi rilanciati, a costruire non già la storia, ma il suo immaginario. Sono i discorsi a contendersi l’egemonia di questo immaginario che si offre come mezzo per l’accesso alla vicenda collettiva, per aderire a una sua possibile interpretazione, per riconoscerne parte e comprendere il nostro ruolo (Colombo, 2012 p. XVI).

Siamo negli Anni Novanta, in uno scenario televisivo che fa della politica contenuto prevalente dell’infotainment, disorientando i pubblici e contribuendo con decisione a fornire orientamenti elettorali. Quello che accadeva in quegli anni sembrava quasi la risposta televisiva alla nota “Casalinga di Voghera”, che dalle pagine della Repubblica del 4 agosto 1985, nell’articolo di fine critica di Beniamino Placido, *Casalinga ama Vespa non corrisposta*, dichiara le sue insonnie per non aver capito la politica raccontata dall’informazione e i suoi messaggi oscuri, pieni di connotati inaccessibili ai più e pertanto fonte di preoccupazione.

Mercoledì sera questo «niente» è arrivato, ma era così ghiotto che Bruno Vespa se l’è voluto amministrare da solo, nello studio centrale [...]. Io me ne sono accorta subito che qualcosa di grosso era nell’aria, perché Vespa (che mi è tanto simpatico anche lui) quando sta per dire una cosa importante fa il musetto crucciato. E difatti ha annunciato solennemente l’arrivo di una notizia freschissima: «il ministro del Tesoro fa sapere che valuterà con la massima serietà e responsabilità le dichiarazioni del presidente del Consiglio». Oh, Dio! Mi sono detta, che succederà adesso? [...] Cosa starà valutando adesso il ministro del Tesoro? Questo cruccio mi ha rovinato tutta la serata televisiva, cari gentili dirigenti della televisione... (Placido, 1985).

La politica e i suoi protagonisti diventeranno, dalla campagna elettorale del 1994, che vede la discesa in campo di Silvio Berlusconi, contenuto pregiato del meccanismo televisivo. E lo stesso Bruno Vespa⁴, chiamato in causa dalla Casalinga di Voghera inizierà, a partire dal 1996, a fornire spazio di espressione alle contorte e instabili vicende italiane, continuando a parlare in ‘politichese’ e a far andare a letto sempre più preoccupati gli italiani. Cronaca nera, immigrazione, paura, scontri fra partiti saranno gli argomenti che rimbalzeranno tra il salotto di Vespa e le altre reti, incluse quelle Mediaset che, dal 1990, hanno conquistato il diritto alla diretta televisiva.⁵

Dopo le clamorose elezioni del 1994, che segneranno l’inizio del ventennio dominato dalla politica di Silvio Berlusconi, scrive Pilati:

... il settore televisivo, protagonista di una lunga transizione dal monopolio al mercato, non è più soltanto un evento dell’economia, il luogo di una liberalizzazione, per quanto anomala: diventa

un pezzo del sistema politico, forse la principale, insieme a quella finanziaria, da usare nella competizione elettorale (Debenedetti e Pilati, 2009, p. 219).

La questione della par condicio enfatizza e rende autoreferenziale una televisione che diventa mira dei dibattiti – non solo politici – e contenuto pregiato di tutti gli altri media. La questione dell'informazione televisiva italiana acquisisce ancor più rilevanza, considerando la simbiosi quasi incestuosa tra media, economia e politica, tipica dell'“anomalia italiana”. Nel momento in cui il ruolo di mediazione si confonde con il potere, è evidente che le funzioni dell'autonomia, della professionalità e della critica da parte dei media entrino pericolosamente in crisi. Viene meno la funzione dell'informazione e delle trasmissioni televisive di *current affairs* nella mediazione tra potere e società (Gans, 1979) e prende il via la personalizzazione della politica amplificata da un uso senza precedenti della Tv.

Nel campo della comunicazione politica televisiva numerosi sono gli esempi di scelte mirate a oscurare volti, carriere, eventi, e che trovano inizio e fine proprio in alcuni importanti salotti del cosiddetto approfondimento. Mi limiterò, per ragioni di spazio, a un semplice elenco ragionato, che avrà come palcoscenico proprio lo studio di Bruno Vespa. Il caso emblematico è quello della coltivazione della personalità di Silvio Berlusconi, all'insegna di quanto sintetizzato da Pasquino:

Se i tre elementi politici fondamentali che debbono o possono essere comunicati sono, nella versione statunitense classica: il partito, il candidato, la tematica, il più facile e il più interessante da comunicare, soprattutto per i mass media, è indubbiamente, il candidato. (Pasquino in Bentivegna 1997: p. 16).

Le ricerche condotte sulla presenza dei candidati e dei partiti nell'ambito dell'offerta televisiva per la campagna elettorale che vede l'ascesa all'incarico di Presidente del Consiglio di Silvio Berlusconi, leader di Forza Italia (1994), dimostrano in piena sintonia che Silvio Berlusconi è risultato vincitore soprattutto grazie alla creazione d'un mito televisivo, identificabile con un partito⁶.

Berlusconi risponde al teorema di ogni nostro appetito e di ogni nostra paura. Quale sia la scelta che abbiamo compiuto nell'urna, rimane un resto da colmare, un incognita da spiegare, un di più da esprimere. Berlusconi è la nostra via di Damasco. Siamo caduti da cavallo, siamo nella polvere. Siamo accecati. Quale è la sovranità che prende luce da questo Segno della nostra condizione presente? Per questo annuncio del futuro? Quale sequenza di desideri ci ha portato a simile agnizione? (Abruzzese, 1994: p. 7)

Sintetizzava così l'impatto sull'immaginario collettivo, al tempo delle elezioni per la Presidenza del Consiglio, Alberto Abruzzese, con una facilità straordinaria di sorprendere una realtà in chiave ironica. Di fatto, anche dopo la prima campagna elettorale, quando alla convention UDC del 25 novembre 1994 dichiarava “Io sono l'unto del signore, c'è qualcosa di divino nell'essere scelto dalla gente”, Silvio Berlusconi ha quasi sempre trovato in Vespa alleato mediale fedele. Persino nel periodo del suo tramonto politico. Ricordiamo, ad esempio, l'ospitata di aprile 2008, quando Vespa sta al gioco del

Cavaliere, che lo invita “senti col naso, senti, è odore di santità”, ma anche, indirettamente, il 10 gennaio 2013 durante la presenza fortemente pubblicizzata di Berlusconi alla trasmissione di un nemico storico come Michele Santoro, su La7, rete mai amichevole con il Premier. Mentre Berlusconi si conferma il più grande uomo di spettacolo della politica italiana, all'interno della decima puntata di “Servizio Pubblico”, intitolata suggestivamente “*Mi consenta*”, Bruno Vespa ospita in studio l'allora leader della sinistra Pier Luigi Bersani. Quella tra Berlusconi e Santoro è, televisivamente, una grande storia che dura da decenni e che finalmente epilogica in piena campagna elettorale, in diretta tv su La7, un territorio «ostile», ma non per chi «ama giocare in trasferta», come ha dichiarato lo stesso Berlusconi, accettando quell'invito che, dai tempi dell'editto bulgaro, è sempre rimasto non colto.

Il risultato è stato decretato dal pubblico: Porta a Porta 2.054.000 telespettatori e 16.23% di share, Servizio Pubblico 8.670.000 telespettatori e 33.58% di share, record storico di ascolti per La7, da sempre in difficoltà rispetto alle sue rivali mainstream. Ma la sintesi di questo risultato potrebbe essere restituita anche in altre parole: conoscendo la forza catalizzatrice della presenza di Berlusconi da Santoro, Bruno Vespa ha lanciato a Bersani un invito che non avrebbe potuto rifiutare e che poi decreterà anche il risultato delle vicine elezioni politiche. Dunque, non Vespa sconfitto da Santoro, ma Bersani cancellato da Berlusconi televisivo. Un gioco di visibilità che non è così innocente come potrebbe sembrare a prima vista.

Non si dimentica per cancellazione, ma per sovrapposizione, non producendo assenza, ma moltiplicando le presenze. Una massa sovrabbondante di informazioni fa sì che il lettore o il telespettatore non sia più in grado di ricordare ciò che avvenuto. Diffondendo sempre nuove notizie si cancellano quelle precedenti. Poteri e contropoteri hanno scoperto che nei media vale di più che altrove il principio della dimenticanza per sovrabbondanza o interferenza (Montesperelli, 2003, p. 45).

Il ruolo di grande amplificatore o di insabbiamento dei problemi pubblici del salotto di Porta a Porta non è mancato a manifestarsi in un altro momento della storia sociale italiana: il Referendum abrogativo sui cosiddetti beni comuni (energia, acqua, legittimo impedimento) del 2011 (12-13 giugno). In quell'occasione ha votato il 57% degli aventi diritto, raggiunta e superata la soglia minima per tutti i quesiti anche considerando gli italiani all'estero, risultato unico nello scenario degli ultimi vent'anni di storia italiana. Pressoché ignorato dai media tradizionali, il dibattito sui temi al centro del referendum è stato al centro di una fitta trama di conversazioni dal basso, che hanno finito per condizionare l'opinione pubblica.

A confermare l'irrilevanza per i media tradizionali e la volontà politica sottostante, quello che accade nella puntata di Porta a Porta del 13 giugno 2013: anziché dar voce ai risultati del referendum, Vespa sceglie di “cancellare” questo risultato storico andando in onda con un argomento di cronaca nera: i casi di omicidio di Sarah Scazzi e di Melania Rea, con ospiti in studio Simonetta Matone: magistrato al Tribunale dei minori di Roma; Roberta Bruzzone: criminal profiler, psicologa e psicopatologa forense; Anna Kanakis: Miss Italia

1977 ed ex attrice, scrittrice di romanzi noir; Maria Lombardo Pijola: giornalista, scrittrice e opinionista esperta di mafia, giustizia e politica, attenta alle vicende legate ai minori.

Una scelta apparentemente ingenua, di fatto, mirata a fornire l'“oppio” della cronaca nera a pubblici sovraesposti alle narrazioni del *criminality show* e ad allargare il velo nero dell'insicurezza e della paura (Morcellini, 2011). Di questo gioco di specchi tra visibilità-invisibilità e di sostituzione di fatti, personaggi, miti, valori con un flusso di immagini, frutto di una sintesi tra interessi sociali, economici e politici (Colombo, 2012), la tv italiana è piena, soprattutto a partire dagli Anni Ottanta. Secondo alcuni studiosi, come Giovanni Gozzini, talmente forte è stata l'alluvione di una certa programmazione autoreferenziale e volta all'annientamento di tutte le dimensioni alla base del progetto di società, da generare una vera e propria “mutazione individualista” oppure, per dirla con Morin, un continuo dilagarsi delle “metastasi dell'Ego”.

La televisione cambia la testa degli italiani. Cancella la politica come progetto condiviso di futuro e la sostituisce con un'arena di gladiatori. Cancella la storia e la sostituisce con un presente senza passato. Cancella la realtà e la sostituisce con uno spettacolo continuo che divizza le persone comuni. Cancella la fatica e la sostituisce con il sogno del successo. Ma la televisione non è onnipotente. Se provoca tali effetti è perché – a differenza di chiese, partiti, sindacati – ha saputo raccogliere una mutazione individualista che si sviluppa in modo molecolare e sotterraneo nella società italiana, a partire dagli anni Settanta. Da Dallas al Grande Fratello, molte produzioni televisive hanno contribuito a cancellare l'orizzonte collettivo della storia e della politica e la realtà si è ridotta a un microcosmo di individui (Gozzini, 2011).

Conclusioni. La storia siamo noi

La tendenza all'“esteriorizzazione” della memoria, a fare in modo che sia “depositata” e “custodita” in oggetti e luoghi esterni all'individuo, in questo caso nello spazio simbolico della televisione e delle sue narrazioni, ha consentito, da una parte, la possibilità di fissare un numero virtualmente indefinito di informazioni e di memorie, ma dall'altro ha logorato lentamente la necessità e quindi la capacità stessa della fissazione, della narrazione, della trasmissione “personale” dei contenuti della memoria collettiva. Le storie vengono consegnate agli individui sempre più come fatti, come notizie, come presente passeggiere e non più sotto forma di racconti e di approfondimento e i processi di interiorizzazione e memorizzazione divengono sempre più difficoltosi per l'individuo; si indebolisce e si perde, così, notevolmente la capacità di narrazione e di condivisione. A questo si aggiunge la tendenza della tv e dei media mainstream a operare selezioni e interpretazioni basate sui criteri di notiziabilità, ma anche sul gioco dei vasi comunicanti tra l'agenda della tv e quella della politica. Se la costruzione della memoria, dunque, rappresenta un luogo sociale, culturale e politico al centro di un processo di cooperazione interpretativa, allora le sfasature, le censure e le rimozioni di fasi, eventi, azioni che avvengono a livello pubblico si pongono come tracce fondamentali nel cammino che una società compie in direzione di

processi conservazione o rimozione di momenti della propria storia (Le Goff 1992, Sorlin 2005, Leonzi, 2013)

In questo senso gli oblii, i silenzi della storia, le vere e proprie censure operate dalle élites dominanti sono strumenti di manipolazione della memoria, la cui appropriazione, ad opera di un soggetto collettivo o di un gruppo piuttosto che di un altro, rappresenta un nodo fondamentale nella gestione degli equilibri di potere e della spartizione delle risorse simboliche e strategiche (Leonzi, 2013, p. 14)

La televisione si trasforma in questo modo in una vera e propria *istituzione memoriale*, luogo di formazione, conservazione o cancellazione dei ricordi di un gruppo, un archivio virtuale capace di contenere, rendere universalmente disponibili o reinterpretare le memorie sociali. La televisione è anche, e nella forma più forte, uno strumento di democratizzazione: attraverso un'intelligente e più lungimirante mediazione della tv chiunque può acquisire i saperi, le competenze e quindi il diritto (non giuridico, ma morale) di essere parte integrante della società (Fanchi, 2002). Ma a questa grande responsabilità bisogna aggiungere quella più volte sottolineata in questo contributo: la tv è anche agente e fonte di storia, in grado di far emergere, ma anche di cancellare interi pezzi della storia di un paese, di una nazione, di una persona. E in piena epoca della multimedialità, non possiamo che porci il problema della convergenza delle memorie, anche di quelle televisive, nel grande infinito contenitore di Internet e dei big data. Ma questa è un'altra storia, e la tv come grande repository della memoria forse giocherà ancora un ruolo nella ricomposizione delle schegge di immaginari che vagano negli interstizi della Rete.

Nota biografica

Mihaela Gavrilă è ricercatrice e professore aggregato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale e la Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione della Sapienza Università di Roma, dove insegna Sociologia dei processi culturali e *Television Studies*. Presso lo stesso Dipartimento ha coordinato il "Master in linguaggi, produzione e marketing della radio", organizzato in collaborazione con Radio Rai, ed è responsabile scientifico di *RadioSapienza*. Ha coordinato "RaiLab. Laboratorio sperimentale per le risorse artistiche RAI". Svolge attività di ricerca e ha pubblicato monografie e contributi in libri e riviste specialistiche sulla televisione, tecnologie, consumi e comportamenti culturali, stili di vita, dinamiche del mutamento sociale, comunicazione enogastronomica e ambientale. Tra le pubblicazioni: *La qualità si fa strada. Street food – tradizione gastronomica e marketing digitale* (con Mauro Rosati), FrancoAngeli, Milano, 2013; *L'onda anomala dei media. Il rischio ambientale tra realtà e rappresentazione* (a cura di), FrancoAngeli, Milano, 2012; *La crisi della Tv. La Tv della crisi. Televisione e Public Service nell'eterna transizione italiana*, FrancoAngeli, Milano, 2010; *La tv nell'Italia che cambia. Qualità e innovazione nell'esperienza televisiva*, Guerini e Associati, Milano, 2006.

Bibliografia

- Abruzzese, A. (1994). *Elogio del tempo nuovo. Perché Berlusconi ha vinto*. Genova: Costa & Nolan.
- Anania, F. (2003). *Immagini di storia: la televisione racconta il Novecento*, Rai-Eri, Roma.
- Appadurai, A. (2013). *The Future as Cultural Fact. Essays in Global Condition*. London: Verso; trad. it. (2014). *Il futuro come fatto culturale. Saggi sulla condizione globale*. Raffaello Cortina: Milano.
- Barzini, L. (1954). Occhio di vetro. *La Stampa*, 5 gennaio 1954.
- Bauman, Z. (1999). *La società dell'incertezza*. Bologna: Il Mulino.
- Beck, U. (2007). La minaccia ambientale che terrà unito l'Occidente. *La Repubblica*, 15 gennaio 2007.
- Bentivegna, S. (1997). *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Roma: La Nuova Italia Scientifica.
- Calise, M. (1994). *Dopo la partitocrazia, L'Italia tra modelli e realtà*. Torino: Einaudi.
- Casetti, F. (2005). Vedersi vedere. In I. Pezzini & R. Rutelli, *Mutazioni audiovisive. Sociosemiotica, attualità e tendenze nei linguaggi dei media* (pp. 30-31). Pisa: Edizioni ETS,
- Celli, P. L. (2000). Introduzione. In A. D'Amelia, *Il cantastorie mediatico*. Roma: Rai Eri.
- Censis-Ucsi (2016). *13° Rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione. I media tra élite e popolo*. Milano: FrancoAngeli.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Colombo, F. (2012). *Il paese leggero. Gli italiani e i media tra contestazione e riflusso*. Roma-Bari: Laterza.
- De Luna, G. (2001). *La passione e la ragione. Fonti e metodi dello storico contemporaneo*. Firenze: La Nuova Italia.
- Debenedetti, F., e Pilati, A. (2009). *La guerra dei trent'anni. Politica e televisione in Italia 1975-2008*. Torino: Einaudi.
- Dentice, A. (1988). Intervista a Andrea Barbato. *L'Espresso*, n. 3, 1988 Pagina 8.
- Eco U., e Wolf M. (a cura di). (1981). *Tra informazione ed evasione: i programmi televisivi di intrattenimento*. Rai: Roma.
- Fanchi, M. G. (2002). *Identità mediatice. Televisione e cinema nelle storie di vita di due generazioni di spettatori*. Milano: Franco Angeli.
- Ferrarotti, F. (2003). *Il silenzio della parola. Tradizione e memoria in un mondo smemorato*. Bari: Edizioni Dedalo.
- Ferretti, C., Broccoli, U., e Scaramucci, B. (1997). *Mamma RAI: storia e storie del Servizio Pubblico Radiotelevisivo*. Firenze: F. Le Monnier Florence.
- Fukuyama, F. (1992). *The End of History and the Last Man*. New York: Avon Books.

- Gans, H. (1979). *Deciding What's News. A study of CBS Evening news, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.
- Gozzini, G. (2011). *La mutazione individualista. Gli italiani e la televisione 1954-2011*, Roma-Bari: Laterza.
- Grasso, A. (1992). *Storia della televisione italiana*. Milano: Garzanti.
- Grasso, A. (1994). *Al paese di Berlusconi*, Milano: Garzanti.
- Grasso, A. (2000). *Storia della televisione italiana*. Milano: Garzanti.
- Grossi, G., Mancini, P., e Mazzoleni, G. (1985). *Giugno 1983: una campagna elettorale*. Torino: Rai-Eri.
- Habermas, J. (1987). L'uso pubblico della storia in Rusconi. In G. Einaudi (a cura di) *Germania: un passato che non passa. I crimini nazisti e l'identità tedesca*. Torino: Einaudi.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries*. London: Sage Publication Ltd.
- Lane, A. (2003). *Nobody's perfect*, London: Allen Lane.
- Leonzi, S. (a cura di). (2013). *Pierre Sorlin. Memoria, narrazione, audiovisivo*. Roma: Armando.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace.
- Habermas, J. (1971). *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari: Laterza (Ed. orig. 1962).
- Marletti, C. (1982). L'informazione tematizzata. Nuove tecnologie della comunicazione e trasformazione dei modelli giornalistici. In F. Barbano (a cura di) *Nuove tecnologie: Sociologia e informazione quotidiana*. Milano: Franco Angeli.
- Martin, L. J. (1981). Government and the News Media. In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (eds.), *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. Public Opinion Quarterly.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas., *Journal of Communication*, 43:2, pp. 58–67.
- McGuigan, J. (1998). What price the public sphere. In D. Thussu (ed.) *Electronic Empires, Global Media and Local Resistance*. London and New York: Arnold.
- Monelli, P. (1953). Sperammo invano che in Italia la televisione non si avverasse mai, *La Stampa*, 18 ottobre 1953.
- Montesperelli, P. (2003). *Sociologia della memoria*. Roma: Laterza.
- Morcellini, M. (1995). *Elezioni di TV. Televisione e pubblico nella campagna elettorale del 1994*. Genova: Costa&Nolan.
- Morcellini, M., (2000). *Mediaevo. Tv e industria culturale nell'Italia del xx secolo*. Roma: Carocci.
- Morcellini, M. (2005). *Il Mediaevo italiano. Industria culturale, tv, tecnologie tra XX e XXI secolo*. Roma: Carocci, Roma.
- Morcellini, M. (2011). *Neogiornalismo. Tra crisi e rete, come cambia il sistema dell'informazione*. Milano: Mondadori.
- Placido, B. (1985). *Casalinga ama Vespa non corrisposta*. La Repubblica, 4 Aug.
- Russo, G. (1994). *Perché la Sinistra ha eletto Berlusconi*. Roma: Sperling & Kupfer.

- Sorlin, P. (2005). *Esthétiques de l'audiovisuel*, Nanterre: Armand Colin
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*; Stanford: Stanford University Press; trad. it. (1998). *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*. Bologna: Il Mulino.

Note

¹ Una rassegna dei programmi e canali dedicati alla storia, declinata nelle sue varie sfaccettature, ci porta a ricordare almeno alcuni esempi: La nascita di una Dittatura (1972), La notte della Repubblica (Rai2, 1989-1990), Serata Manzoni (Rai1, 1985), Altra Storia (La 7, 2002-2007), Centocinquanta (Rai 1 . 2011), Enigma (Rai3, 2001 e 2005-2009), La Super Storia (Rai3, 2003), Novecento (Rai1 e Rai3, 2000-2001, 2003 e 2010), La Super Storia (Rai3, 2003), La Storia Proibita del 900 italiano (History Channel, 2006-2009). Negli ultimi anni, in onda sulla Rai e sulle principali reti mainstream: Correva L'Anno (Rai3), Sfide(Rai3), LA storia Siamo noi (Rai 2, Rai3 e Rai Storia), Teche Teche Tè (Rai 1), L'Italia in quattro Decenni (Rai3 e Rai Storia), Ulisse. Il piacere della scoperta (Rai 3), La grande storia (Rai3), Radici. L'altra faccia dell'immigrazione (Rai3), Il Tempo e la storia (Rai 3 e Rai Storia), Atlantide e Impero (LA 7), Storie di Confine, Ieri e oggi in Tv, L'Italia che funziona, La macchina del tempo (Rete 4), People. La cronaca. Le storie (Canale 5).

² Andrea Barbato, il primo conduttore dell'edizione delle 13.30 del Telegiornale Rai, è il cronista capace di dare voce in modo semplice agli interrogativi degli italiani. È noto per la conduzione del programma di Rai Tre "Cartolina". A Barbato Aldo Grasso riconosce il merito di esprimere, in toni pacati, ma fermi, la propria indignazione e il proprio dissenso, dalle versioni ufficiali delle vicende politiche italiane.

³ "Cartolina" è il titolo di un programma televisivo di Rai Tre, andato in onda per 847 puntate, dal 2 ottobre 1989 al 17 giugno 1994. La trasmissione era condotta da Andrea Barbato.

⁴ Bruno Vespa, giornalista di lunga data della televisione italiana, è noto soprattutto per essere conduttore, dal 1996 del programma di approfondimento culturale, politico e di attualità '*Porta a porta*' (Rai Uno, 1996 – ancora in corso), considerato una delle principali sedi del dibattito politico italiano tanto da essere stato ironicamente definito "la terza camera del parlamento italiano".

⁵ Nel 1990 viene varata la Legge Mammì (dal cognome di Oscar Mammì, Ministro delle Poste) che, tra gli altri provvedimenti, espande la possibilità di *diretta* a tutte le emittenti, che sono inoltre obbligate alla realizzazione di un telegiornale.

⁶ Su questi temi si vedano Abruzzese, 1994, Calise, 1994, Grasso, 1994; Russo, 1994. L'identificazione tra il mito televisivo Silvio Berlusconi ed il partito Forza Italia è stata dimostrata dalle ricerche realizzate del "Centro di ricerca sul ruolo dei mass media nella campagna elettorale", Mediamonitor, attivo già dal 1994 presso l'allora Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università "La Sapienza" di Roma e diretto di prof. Morcellini. I risultati della ricerca sulla campagna elettorale 1994 sono riuniti nel volume di Morcellini, M., *Elezioni di TV. Televisione e pubblico nella campagna elettorale del 1994*, Costa&Nolan, Genova, 1995.